

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

DANIELA CADORIN GONÇALVES

**ANÁLISE DE CUSTOS, VOLUME, LUCRO E PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO
DE CASO DE ARTESANATOS EM TURVO/SC**

CRICIÚMA

2016

DANIELA CADORIN GONÇALVES

**ANÁLISE DE CUSTOS, VOLUME, LUCRO E PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO
DE CASO DE ARTESANATOS EM TURVO/SC**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado
para obtenção do grau de Bacharel no curso de
Ciências Contábeis da Universidade do
Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof. Wagner Blauth

CRICIÚMA
2016

DANIELA CADORIN GONÇALVES

**ANÁLISE DE CUSTOS, VOLUME, LUCRO E PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO
DE CASO DE ARTESANATOS EM TURVO/SC**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel, no Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Contabilidade de Custos.

Criciúma, 06 de dezembro de 2016.

BANCA EXAMINADORA

Wagner Blauth - Me. – UNESC - Orientador

Dourival Giassi – Esp. – UNESC - Examinador

Dedico este trabalho a minha mãe Santana, a minha filha Gabriele e a todos que de alguma forma estiveram sempre presente, dando força e incentivo em todos os momentos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me proporcionar a vida e me dar forças e sabedoria para alcançar meus objetivos e por me guiar ao longo dessa caminhada.

Aos meus pais Santana e Hamilton (*in memoriam*), meus exemplos de vida, os quais eu amo e agradeço, pela educação, amor e apoio que me concederam e por me incentivarem em todos os momentos.

Devo meus agradecimentos a minha querida filha Gabriele, por fazer parte da minha vida e me proporcionar grandes alegrias.

Agradeço aos meus familiares em especial aos meus nonos Assunta e Silvério por me ajudar, me apoiar e principalmente por sempre estarem ao meu lado.

Aos meus colegas de classe Angelina, Edvania, Gustavo, Jaqueline, Letícia, Luciana, Maria e Thayse, meus companheiros de todos os dias que se tornaram grandes amigos e que levo pra minha vida toda.

Também, agradeço a todos os professores pela contribuição no aprendizado profissional e pessoal. Em especial a meu orientador Wagner Blauth pelos conhecimentos transmitidos no qual contribuíram para alcançar o meu objetivo final.

Em fim, a todas as pessoas que de alguma forma se fizeram presentes nesta jornada, meu MUITO OBRIGADO!

**“A mente que se abre a uma nova ideia
jamais voltará ao seu tamanho original.”**

Albert Einstein

RESUMO

GONÇALVES, Daniela Cadorin. **ANÁLISE DE CUSTOS, VOLUME, LUCRO E PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO DE CASO DE ARTESANATOS EM TURVO/SC**. 2016. 58 p. Orientador: Wagner Blauth. Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC. Criciúma – SC.

A contabilidade de custos é uma ferramenta muito importante para determinar os custos dos produtos, a que preço vendê-los e o volume necessário de venda por mês para obter um bom resultado. Este estudo tem por objetivo realizar análise de custo/ volume/lucro e preço de venda de artesanatos, localizada no município de Turvo/SC. A metodologia de estudo aplicada para o desenvolvimento do trabalho baseou-se na pesquisa descritiva e qualitativa por meio de estudo bibliográfico e estudo de caso. Na fundamentação teórica foram compreendidos os aspectos relacionados às terminologias e classificações dos custos, além do método de custeio variável, onde se observou as principais ferramentas gerenciais, tais como: o cálculo da margem de contribuição, ponto de equilíbrio e margem de segurança. A empreendedora não tem o costume de acompanhar a fundo os gastos incorridos na produção, e por isso, não sabe identificar ao certo qual a real lucratividade da atividade. Desta forma, para realizar o estudo de caso, foi desenvolvida uma planilha com os custos de cada produto, através de notas fiscais da compra de matéria-prima, e também as horas trabalhadas em cada produto, que foi identificado cronometrando a produção de cada peça, para que fosse realizada também uma ficha técnica. Após este processo foi calculado a margem de contribuição, através do método de custeio variável. Logo em seguida foi calculado o ponto de equilíbrio de cada produto, demonstrando a quantidade necessária a ser vendida para cobrir os custos totais, bem como a margem de segurança da empresa, e formou-se um novo preço de venda através do *Mark-up*. Conclui-se que esse trabalho contribuiu para que a empresa em estudo identificasse os custos de seus produtos, possibilitou a formação do preço de venda mais adequado e, poder analisar seu volume e lucro.

Palavras-chave: Contabilidade de Custos. Custeio Variável. Custo/Volume/Lucro. Preço de Venda.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Representação gráfica custos fixos e variáveis	21
Figura 2 - Esquema do método de custeio variável ou direto	23
Figura 3 - Fórmulas do <i>Mark-up</i>	25
Figura 4 - Principais componentes da Análise Custo/Volume/Lucro	26
Figura 5 - Fórmula ponto de equilíbrio contábil	29
Figura 6 - Representação das fórmulas para cálculo da MS.....	30
Figura 7 - Fluxograma do processo produtivo do jogo de tapete de cozinha	35
Figura 8 - Ficha técnica jogo tapete de cozinha	36
Figura 9 - Fluxograma do processo produtivo da toalha de louça com barrado cortado	36
Figura 10 - Ficha técnica toalha de louça com barrado cortado.....	36
Figura 11 - Fluxograma do processo produtivo toalha de boca infantil	38
Figura 12 - Ficha técnica toalha de boca infantil	39
Gráfico 1 - Razão de contribuição	44
Quadro 1 - Produtos produzidos no empreendimento.....	34
Quadro 2 - Faturamento do Trimestre.....	40
Quadro 3 - Custos Variáveis do Trimestre	41
Quadro 4 - Custos fixos/indiretos do Trimestre	41
Quadro 5 - Demonstrativo do resultado	42

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Margem de contribuição total	43
Tabela 2: Margem de contribuição por grupo de produtos	44
Tabela 3: Ponto de equilíbrio contábil total em reais	45
Tabela 4: Ponto de equilíbrio contábil unitário.....	45
Tabela 5: Margem de segurança em quantidade	46
Tabela 6: Margem de segurança em reais	47
Tabela 7: Formação do preço pelo método <i>Mark-up</i>	48

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

%	Por Cento
CM	Centímetros
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas
CPV	Custo dos Produtos Vendidos
CV	Custos Variáveis
CVL	Custo, Volume e Lucro
DR	Demonstrativo do Resultado
DV	Despesas Variáveis
GR	Grama
H	Horas
KG	Quilograma
MC	Margem de Contribuição
ML	Mililitro
MS	Margem de Segurança
MT	Metros
PÇS	Peças
PE	Ponto de Equilíbrio
PEC	Ponto de Equilíbrio Contábil
PV	Preço de Venda
R\$	Reais
SC	Santa Catarina
UND	Unidade
UNESC	Universidade do Extremo Sul Catarinense

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 TEMA, PROBLEMA E QUESTÃO PROBLEMA	11
1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA	12
1.3 JUSTIFICATIVA	12
1.4 ESTRUTURA DA PESQUISA	13
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
2.1 CONTABILIDADE DE CUSTOS.....	14
2.2 DEFINIÇÕES DE CUSTOS.....	15
2.2.1 Gastos e desembolso	15
2.2.2 Custos e despesas.....	16
2.2.3 Desperdício.....	17
2.2.4 Perdas	17
2.3 CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS	18
2.3.1 Quanto à identificação do produto	18
2.3.2 Quanto ao volume de produção.....	19
2.4 MÉTODOS DE CUSTEIO	21
2.4.1 Custeio variável.....	22
2.5 FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA.....	23
2.5.1 Mark-up e formação do preço de venda com base na concorrência.....	24
2.6 ANÁLISE DE CUSTO, VOLUME E LUCRO	25
2.6.1 Margem de Contribuição (MC)	26
2.6.2 Ponto de Equilíbrio (PE)	28
2.6.2.1 Ponto de equilíbrio contábil (PEC).....	29
2.6.3 Margem de Segurança (MS)	30
3 METODOLOGIA	31
3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO.....	31
3.2 PROCEDIMENTOS PARA COLETA E ANÁLISE DOS DADOS	31
4 ESTUDO DE CASO	33
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	33
4.2 PRODUTOS	34
4.3 DESCRIÇÃO PROCESSO PRODUTIVO e ficha técnica.....	34
4.3.1 Processo de produção e ficha técnica do jogo de tapete de cozinha	35

4.3.2 Processo de produção e ficha técnica da toalha de louça com barrado cortado	36
4.3.3 Processo de produção e ficha técnica da toalha de boca infantil	37
4.3.4 Atividades	39
4.4 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO.....	39
4.4.1 Faturamento.....	39
4.4.2 Custos variáveis	40
4.4.3 Custos fixos e indiretos	41
4.4.4 Demonstrativo do resultado	42
4.5 INDICADORES	42
4.5.1 Margem de contribuição	43
4.5.1.1 Margem de contribuição por grupo de produtos.....	43
4.5.2 Ponto de equilíbrio contábil	45
4.5.3 Margem de segurança.....	46
4.6 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA	47
4.7 ANÁLISE GERAL DOS RESULTADOS.....	48
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	51
REFERÊNCIAS.....	53
APÊNDICE(S).....	56
APÊNDICE A – Ficha Técnica.....	57

1 INTRODUÇÃO

A primeira etapa da pesquisa consiste em apresentar o tema, problema e questão problema, onde se demonstra a importância do estudo, posteriormente os objetivos da pesquisa, sendo o objetivo geral e objetivos específicos. Logo em seguida a justificativa da pesquisa quanto ao tema abordado. Por fim, são descritos os procedimentos metodológicos utilizados para a elaboração deste trabalho de conclusão de curso.

1.1 TEMA, PROBLEMA E QUESTÃO PROBLEMA

O artesanato é uma técnica manual, normalmente fabricados por famílias, dentro de suas próprias casas ou em pequenas oficinas. Tal técnica é praticada desde o período antigo, quando faziam cerâmicas para guardar alimentos, tecelagem para fabricar redes e roupas, entre outros. A partir da revolução industrial, houve a invasão da produção em série, onde o artesanato acabou sendo desvalorizado, sendo substituído pelo trabalho assalariado com uso de máquinas, realizando funções específicas, havendo assim grande quantidade de um produto em sua produção.

Hoje o artesanato voltou a ter prestígio e importância, já que por conta do desemprego passa a ser uma opção de renda. Sendo reconhecido em áreas como a de bijuterias, bordados, cerâmica, vidros, pinturas, reciclagem, patchwork, velas e além de outras várias técnicas. Este trabalho tem como objeto de estudo a pintura em tecido, que são feitas manualmente em casa.

A contabilidade de custos é uma ferramenta muito importante para determinar os custos do produto, a que preço vendê-los e o volume necessário de venda por mês para obter um bom resultado.

Neste contexto, tem-se a seguinte questão problema: Como apurar os custos, formar os preços de vendas e analisar os resultados de uma organização que produz artesanato no município de Turvo?

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

O objetivo geral da pesquisa consiste em apurar os custos, formar os preços de vendas e analisar os resultados dos produtos artesanais.

Para atingir o objetivo geral têm-se os seguintes objetivos específicos:

- Mapear o processo produtivo;
- Identificar os custos de cada produto;
- Calcular o preço de venda baseado nos custos de produção;
- Estruturar as informações para realização das análises.

1.3 JUSTIFICATIVA

Depois da revolução industrial, o artesanato passou a ser uma alternativa de renda para muitas pessoas, especialmente em épocas especiais como Natal, Páscoa e dia das mães, onde há maior procura por esses produtos. Porém isso tem mudado um pouco, pois o artesanato tem crescido, ganhado espaço, gerando muitas oportunidades. Nos dias atuais, muitas pessoas obtêm sucesso com o artesanato, tendo a produção em sua própria casa, vendendo em lojas e ateliês, até mesmo oferecendo cursos na área.

As empresas possuem cada vez mais a necessidade do controle dos custos, pois ajudará na tomada de decisão, formar o preço de venda, evitar desperdícios, reduzir custos, sem comprometer a qualidade.

De acordo com Meglioni (2002), os custos são identificados a fim de atingir os seguintes objetivos: determinação do lucro, controle das operações e tomada de decisões.

Os artesãos podem ter prejuízos na hora de vender seus produtos, quando não conhecem seus custos para formarem o preço de venda. Definir o preço do artesanato pode gerar muita dor de cabeça, para aqueles que não o fazem somente por *hobby*, mas como fonte de renda. O principal dilema é como definir o preço justo, tanto para quem faz o produto, quanto para o comprador. Afinal, se o valor for muito alto, ninguém compra e se for muito baixo, poderá gerar prejuízo.

Pretende-se com este trabalho, levantar subsídios para calcular os custos e os preços de vendas dos produtos artesanais, ofertando produtos mais competitivos, visando a geração de lucros.

1.4 ESTRUTURA DA PESQUISA

O presente trabalho está estruturado de acordo com as seguintes seções: fundamentação teórica; procedimentos metodológicos; estudo de caso; e considerações finais. Na fundamentação teórica será apresentado as ideias presentes nas obras estudadas, mostrando a relação que possuem com o tema pesquisado. Após esta fase são propostos os procedimentos metodológicos demonstrando o tipo de pesquisa em que o estudo se enquadra e também como acontecem os procedimentos para coleta e análise de dados. Logo em seguida, é abordado o estudo de caso que será a principal ferramenta para análise e, conseqüentemente, atingir os objetivos apontados inicialmente. Encerra-se com as considerações finais, concluindo o estudo do tema sugerido.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo apresenta-se a fundamentação teórica sobre o tema pesquisado. Inicialmente são abordados os conceitos e classificação da área de custos e o método de custeio variável. Por fim, mencionam-se os conceitos na formação do preço de venda com base na concorrência e Mark-up, e a análise de custo, volume e lucro, conceituando margem de contribuição, ponto de equilíbrio econômico e margem de segurança.

2.1 CONTABILIDADE DE CUSTOS

Devido ao crescimento das empresas, a contabilidade de custos passou a ser encarada com uma eficiente forma de auxílio aos gestores. Nesse campo, possui duas funções relevantes: o auxílio ao controle e a ajuda à tomada de decisão.

“A contabilidade de custos é uma atividade que se assemelha a um centro processador de informações, que recebe (ou obtém) dados, acumula-os de forma organizada, analisa-os e interpreta-os, produzindo informações de custos para os diversos níveis gerenciais.” (LEONE, 1996, p. 17).

Em relação ao Controle, Martins (2010, p. 21) afirma que:

Sua mais importante missão é fornecer dados para o estabelecimento de padrões, orçamentos e outras formas de previsão e, num estágio imediatamente seguinte, acompanhar o efetivamente acontecido para comparação com os valores anteriormente definidos.

Já sobre a ajuda na tomada de decisões, Martins (2010, p.22) declara que:

Seu papel reveste-se de suma importância, pois consiste na alimentação de informações sobre valores relevantes que dizem respeito às consequências de curto e longo prazo sobre medidas de introdução ou corte de produtos, administração de preços de vendas, opção de compra ou produção etc.

Sendo assim, tem-se na contabilidade de custos uma fonte de informações que auxiliam as organizações no processo de decisão para enfrentar o mercado competitivo. Para isso, é de fundamental importância que se conheça algumas definições relacionadas a custos.

2.2 DEFINIÇÕES DE CUSTOS

A fim de um melhor entendimento de custos, é necessário o conhecimento dos conceitos e terminologias relacionados ao assunto, com o intuito de identificar as diferenças entre cada uma delas.

As várias interpretações encontradas na literatura contábil conduzem a diferentes entendimentos das terminologias como gastos, investimentos, despesas, desperdícios, custos e perdas (WERNKE, 2001).

Cada terminologia possui uma devida importância nas atividades realizadas por uma empresa. Para um melhor entendimento dessas nomenclaturas, algumas definições serão abordadas na sequência.

2.2.1 Gastos e desembolso

Os gastos empresariais compreendem: os custos, as despesas, os investimentos, as perdas e os desperdícios.

Chamamos de gastos todo desembolso e compromisso assumido pela empresa no decorrer das suas atividades (BOMFIM E PASSARELLI, 2006).

De acordo com Dubois, Kulpa e Souza (2006, p.14) gasto é a “aquisição de um bem ou de um serviço que vai originar um desembolso da empresa”.

Martins (2010, p. 24) complementa que:

[...] se aplica a todos os bens e serviços adquiridos; assim, temos gastos com a compra de matérias-primas, gastos com mão de obra, tanto na produção como na distribuição, gastos com honorários da diretoria, gastos na compra de um imobilizado etc. Só existe gasto no ato da passagem para a propriedade da empresa do bem ou serviço, ou seja, no momento em que existe o reconhecimento contábil da dívida assumida ou da redução do ativo dado em pagamento.

Já o desembolso é o pagamento resultante da aquisição de um bem ou serviço, podendo ocorrer antes, durante ou depois da data do seu recebimento.

Bornia (2010, p. 15) destaca que o desembolso:

[...] é o ato do pagamento, que pode ocorrer em momento diferente do gasto. Por exemplo, se for efetuada uma compra de material com 60 dias de prazo para o pagamento, o gasto ocorrerá imediatamente, mas o desembolso só ocorrerá dois meses depois.

Gasto é todo empenho financeiro que a entidade assumi para obtenção de um bem ou serviço, já o desembolso é o pagamento do bem adquirido ou do serviço prestado podendo ocorrer antes, durante ou depois da data do seu recebimento ou prestação.

2.2.2 Custos e despesas

Custos são todos os gastos que estão relacionados com o processo produtivo. De acordo com Bomfim e Passarelli (2006, p. 51) custos são “gastos diretamente relacionados com a produção dos bens e serviços destinados, pela empresa, à comercialização.”

Para uma melhor compreensão sobre custos, Martins (2010, p. 25) relata que:

[...] a matéria-prima foi um gasto em sua aquisição que imediatamente se tornou investimento, e assim ficou durante o tempo de sua estocagem; no momento de sua utilização na fabricação de um bem, surge o custo da matéria-prima como parte do bem elaborado[...]

Kulpa e Souza (2006, p.16) citam como custos os seguintes gastos:

- Salários, encargos e benefícios sociais da mão-de-obra que trabalha na fábrica;
- Aluguel da fábrica;
- Depreciação das máquinas e equipamentos referentes à produção.

Portanto, custos são todos os gastos que fazem parte na elaboração de um produto.

Já as despesas são gastos consumidos, direta ou indiretamente, na obtenção de receitas, como salários e comissão do vendedor, telefone, propaganda, material de expediente, combustível dos veículos dos diretores e representantes, etc., e que ao contrário dos custos, não estão ligadas diretamente com o processo de produção (KULPA E SOUZA, 2006).

Kulpa e Souza (2006, p.16) relatam que as despesas são “os demais gastos decorrentes do exercício das funções empresariais de apoio, de venda, de pós-venda e/ou de administração.”

Wernke (2005, p. 22), ao conceituar despesa afirma que:

Este conceito é empregado para identificar, no caso de uma fábrica, os gastos não relacionados com a produção, mas que são necessários ao funcionamento da organização, ou seja, os gastos ligados as atividades gerenciais da empresa (como despesas de vendas, despesas administrativas e despesas financeiras)

Custos são gastos relativos à aquisição de bens ou serviços utilizados na produção de outros bens ou prestação de serviços, já as despesas são gastos consumidos, na obtenção de receitas

2.2.3 Desperdício

Desperdício é o uso indevido dos recursos que podem ser evitados, pois representam prejuízos para a organização.

Segundo Kulpa e Souza (2006, p.16) desperdício “representa um gasto que não agrega valor do ponto de vista do cliente.”

O desperdício pode englobar os custos e as despesas utilizados de forma não eficiente, ou seja, não agregam valor e acabam resultando em gasto de tempo, dinheiro e direcionam custo desnecessário aos produtos (WERNKE, 2004).

Assim, percebe-se que o desperdício são os gastos que não agregam valor ao produto e que de certa forma se tornam um gasto desnecessário.

2.2.4 Perdas

Perdas são gastos que ocorrem de forma não proposital e involuntária, e que não trazem resultados positivos para a empresa, apenas gastos desnecessários.

As perdas não se confundem com a despesa, pois elas ocorrem de forma anormal e involuntária e não como um sacrifício para obtenção de receita (MARTINS, 2010).

Para Santos (2005), a perda é considerada gasto com bens ou serviços, gastos esses que não eram esperados pela organização como: greve, inundação, roubo, incêndio etc. Assim como as despesas, as perdas são contabilizadas diretamente na conta de resultado.

2.3 CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS

De acordo com Bruni e Famá (2004), a classificação dos custos pode ser quanto à identificação do produto fabricado, e quanto ao volume produzido em determinado período, distribuindo-se em custos diretos e indiretos e fixos e variáveis, subsequentemente.

2.3.1 Quanto à identificação do produto

Para Wernke (2005) os custos quanto à identificação do produto podem ser classificados em custos diretos e custos indiretos.

2.3.1.1 Custos diretos

Os custos diretos são aqueles que possuem ligação direta com o produto ou serviço e que podem ser identificados com facilidade.

Bonfim e Passarelli (2006, p. 53) entendem que “os custos diretos são aqueles que podemos identificar como pertencendo a este ou aquele produto, pois há como mensurar quanto pertence a cada um, de forma objetiva direta.”

Megliorini (2002, p. 9), diz que:

A apropriação de um custo ao produto se dá pelo que efetivamente ele consumiu. No caso de matéria-prima, pela quantidade que foi efetivamente consumida e, no caso da mão de obra direta, pela quantidade de horas que foi efetivamente utilizada.

São os custos que podem ser mensurados e identificados facilmente para alocação a um produto, não necessitando da utilização de técnicas de rateio para isso. (PEREZ JUNIOR; OLIVEIRA; COSTA, 2005).

Contudo, entende-se que os custos diretos podem ser mensurados e são identificados facilmente para alocação a um produto e não necessitando passar por processo de rateio.

2.3.1.2 Custos indiretos

Custos indiretos são gastos que necessitam de critérios de rateio, já que não possui relação exclusiva com determinado produto.

“São os gastos que não podem ser alocados de forma direta ou objetiva aos produtos ou a outro segmento ou atividade operacional, e caso sejam atribuídos aos produtos, serviços ou departamentos, serão mediante critérios de rateio.” (Wernke, 2004, p.14).

Essa base de rateio deve ter relação próxima entre custo indireto e o objeto de custeio, não causando alteração no resultado final. Horas de mão-de-obra, horas das máquinas utilizadas na fabricação, podem servir como base de rateio. (MEGLIORINI, 2002).

Os custos indiretos fazem parte da produção de vários produtos e devem ser rateados a cada produto específico conforme seus critérios, como por exemplo a energia elétrica, que pode ser rateado proporcionalmente às horas de máquinas utilizadas.

2.3.2 Quanto ao volume de produção

De acordo com Wernke (2005), são classificados em função do volume de produção, pois podem variar ou não conforme oscilações no total produzido em um determinado período. Desta forma, denominam-se custos fixos e variáveis.

2.3.2.1 Custos variáveis

Custos variáveis são aqueles que variam conforme o volume de produção. Segundo Wernker (2005, p. 8) “são os gastos cujo total do período esta proporcionalmente relacionado com o volume de produção: quanto maior for o volume de produção maiores serão os custos variáveis totais do período”.

Para Perez Junior, Oliveira e Costa. (2005, p. 59), os custos variáveis têm as seguintes características:

- Seu valor total varia na proporção direta do volume de produção;
- O valor é constante por unidade, independentemente da quantidade produzida;

- A alocação aos produtos ou centros de custos é normalmente feita de forma direta, sem necessidade de utilização de critérios de rateios.

Deste modo conclui-se que quanto mais unidades produzidas, maior será seu custo variável. A matéria-prima, podemos trazer como exemplo de custo variável, pois quando utilizado 0,50mt de tecido para fabricar uma toalha de louça, na fabricação de duas toalhas de louça são utilizadas 1,00mt de tecido.

2.3.2.2 Custos fixos

Custos fixos são aqueles que se mantêm sem modificação mesmo quando há mudanças no volume de produção e vendas.

Santos (2001, p. 165) relata que “alguns gastos são independentes da quantidade produzida ou vendida. Um aumento ou redução nessa quantidade deixa inalterados esses gastos, que por este motivo são denominados custos fixos.”

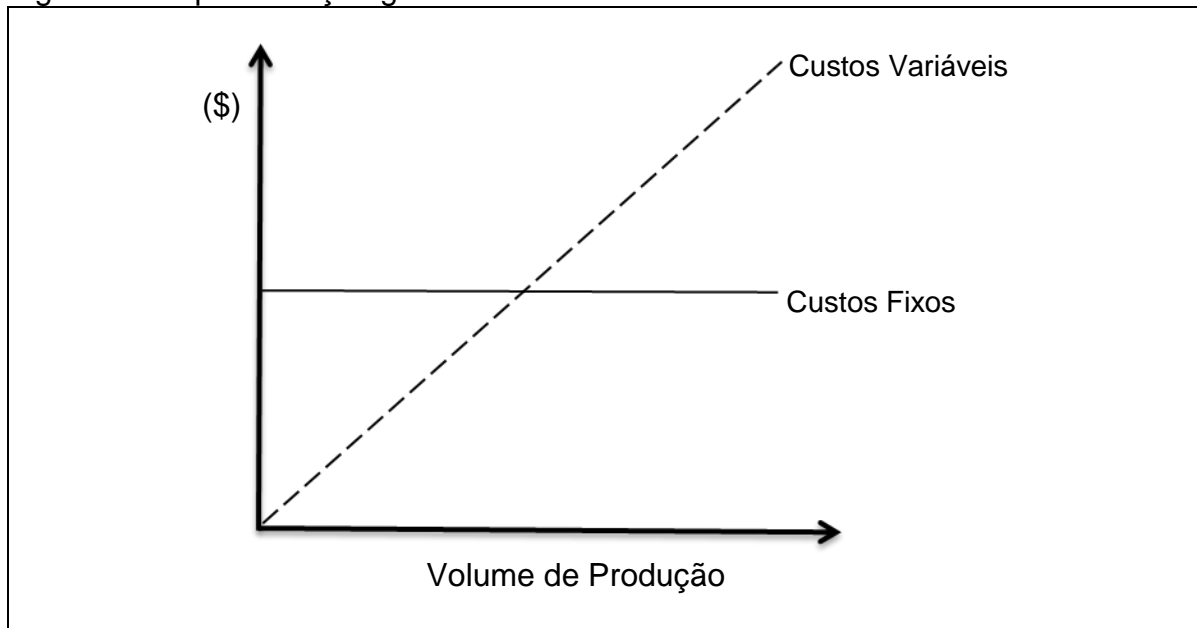
Segundo Wernke (2005, p. 8), os custos fixos:

São os custos que tem seu montante fixado independentemente de oscilações na atividade fabril, não possuindo qualquer vinculação com o aumento ou redução do número de unidades produzidas no mês. Mesmo que a quantidade de peças, quilos, metros, unidades, ou litros produzidos sejam maior ou menor, tais custos terão o mesmo valor no final do período.

Entende-se por custos fixos os valores que a empresa tende a pagar todos os meses, independentemente de haver ou não produção, como por exemplo o aluguel da fábrica.

Na figura 1 a seguir analisa-se a representação gráfica dos custos fixos e variáveis.

Figura 1 - Representação gráfica custos fixos e variáveis



Fonte: Bornia (2010, p.19)

Na figura 1, pode-se observar que os custos fixos continuam constantes, independente do volume de produção. Já os custos variáveis, se elevam de acordo com a quantidade produzida.

2.4 MÉTODOS DE CUSTEIO

No que diz respeito aos métodos de custeio, Wernke (2005, p.17) afirma que:

Método é um vocabulário de origem grega e resulta das palavras *meta* (resultado que se deseja atingir) e *hodós* (caminho). É, portanto, o caminho para chegar aos resultados pretendidos. Custeio significa atribuir valor de custo a um produto, mercadoria ou serviço.

Os métodos de custeio determinam os critérios utilizados para a apuração dos custos. Segundo Megliorini (2002, p.3) “existem diversos métodos de apropriação de custos e cada um emprega critérios diferentes.”

Atualmente os métodos mais utilizados são: Custeio por absorção, Custeio Variável e Custeio Baseado em atividades (ABC). Cabe ao gestor analisar e definir o método de custeio mais adequado, conforme as características da instituição. No presente trabalho será apresentado o método de custeio variável, já que o mesmo será utilizado no estudo de caso.

2.4.1 Custeio variável

No método de custeio direto ou variável somente devem ser apropriados aos produtos ou serviços os gastos a eles relacionados, sendo que os demais gastos necessários não devem ser considerados ao custeamento, sendo conceituados como custos indiretos, custos fixos ou despesas fixas (WERNKE, 2005).

De acordo com Dutra (2003), o custeio direto é baseado na margem de contribuição, diminuindo os custos e despesas variáveis da receita.

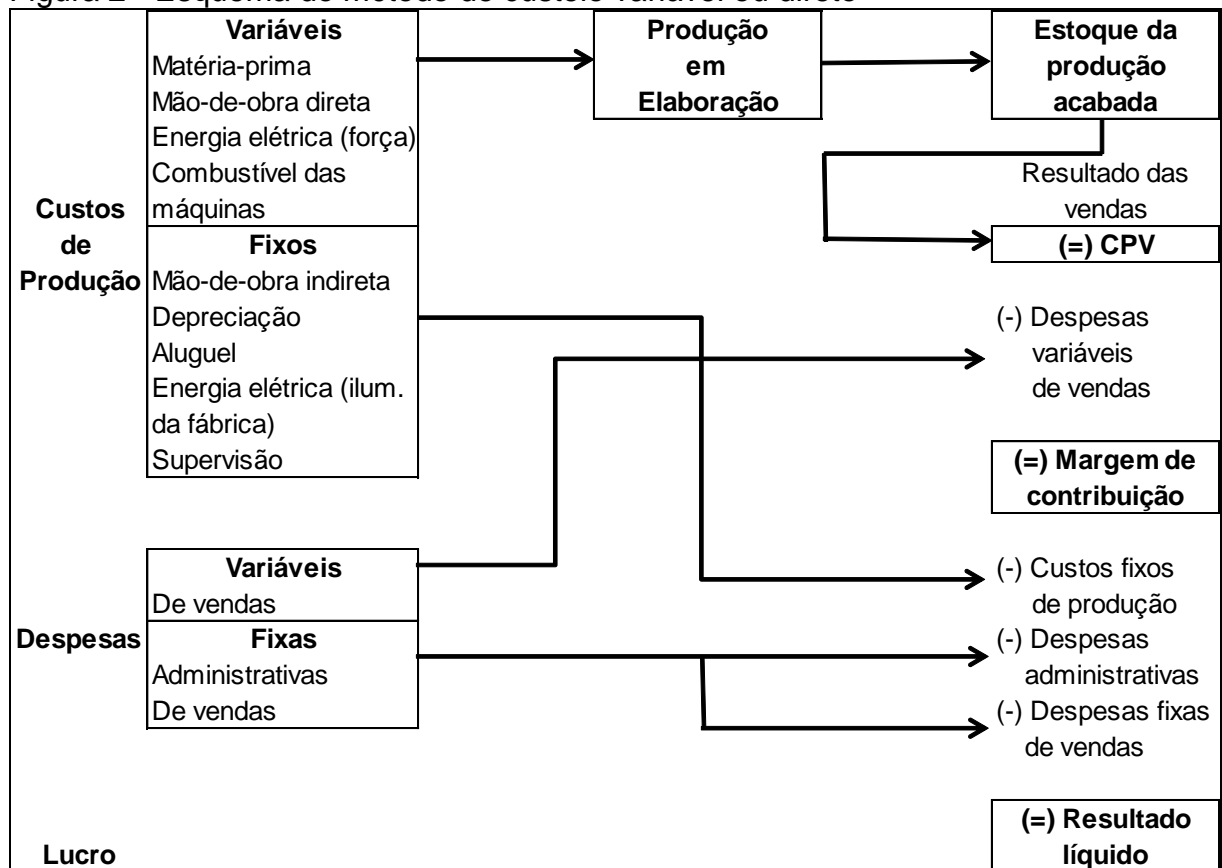
Com relação às vantagens e desvantagens deste método de custeio, Wenke (2001, p. 30) diz que:

- a) prioriza o aspecto gerencial ao enfatizar a rentabilidade de cada produto sem as distorções ocasionadas pelos rateios de custos fixos aos produtos;
- b) não é aceito pela legislação tributária para fins de avaliação de estoques;
- c) não envolve rateios e critérios de distribuição de gastos, facilitando o cálculo;
- d) exige uma estrutura de classificação rígida entre os gastos de natureza fixa e variável;
- e) com a elevação do valor dos custos fixos, não considerados neste método, a análise de desempenho pode ser prejudicada e deve merecer considerações mais acuradas.

Observa-se que o método de custeio variável não é aceito pela legislação fiscal e para apuração do custo do produto/serviço prestado, servindo apenas para fins gerenciais, possibilitando encontrar a Margem de Contribuição, os Pontos de Equilíbrio e a margem de segurança.

A figura 2 mostra como funciona o método de custeio variável ou direto.

Figura 2 - Esquema do método de custeio variável ou direto



Fonte: DUTRA (2003, p. 233)

Observando a figura 2, verifica-se que somente os custos variáveis são alocados aos produtos, e os custos fixos e as despesas variáveis e fixas são alocados diretamente ao resultado.

Diminuindo o custo do produto vendido e as despesas variáveis da receita bruta temos a margem de contribuição, possibilitando encontrar o ponto de equilíbrio e a margem de segurança para fins gerenciais. Para encontrar o lucro basta diminuir os custos e despesas fixas da margem de contribuição

2.5 FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA

A formação de preço de venda é uma decisão de extrema importância para qualquer empresa, pois a partir dela podemos determinar o sucesso ou fracasso da organização.

“Um dos principais dilemas que o administrador enfrenta no mundo dos negócios, e determinar qual o preço de venda ideal para o seu produto.” (ROBLES Jr, 2008, p. 87).

Para formar o preço de venda é necessário conhecer o custo do produto, a sua demanda, preço do produto dos concorrentes, estratégia de marketing etc (MARTINS, 2010).

O preço de venda deve atender o interesse dos dois lados, o do investidor, que procura um lucro máximo e o do consumidor, que procura um produto de qualidade mas com valor mínimo (BOMFIM E PASSARELLI, 2006).

Dentre as formações de preço de venda, iremos abordar, o preço de venda com base na concorrência e o mark-up, que serão utilizados no estudo de caso.

2.5.1 Mark-up e formação do preço de venda com base na concorrência

No mark-up se utiliza um porcentual sobre os custos, formando um preço de venda que cubra seus custos e gera um lucro desejado pela organização.

A taxa de marcação, é um fator aplicado sobre o custo do produto, para a formação do seu preço de venda (WERNKE, 2005).

Segundo Santos (2005, p.149), o *Mark-up* tem a função de apresentar as seguintes contas: a) impostos e contribuições sociais sobre vendas; b) comissão sobre vendas; c) margem de lucro sobre vendas.

Segundo Bruni (2008, p. 236):

Os preços são formados mediante a consideração de seus quatro componentes: custos, despesas, impostos e lucros. De modo geral, para facilitar o processo de formação de preços no comércio, torna-se usual a definição e aplicação de taxas de marcação, também conhecidas como *mark-ups*. Genericamente, a taxa de marcação pode ser empregada de diferentes formas: sobre o custo variável; sobre os gastos variáveis; e sobre os gastos integrais.

O *Mark-up* pode ser calculado de dois modos, sendo eles *mark-up* multiplicador e divisor.

Na figura 3 estão representadas as fórmulas do Mark-up:

Figura 3 - Fórmulas do *Mark-up*

$\textbf{Mark-up Multiplicador} = \frac{\text{Preço de venda}}{\text{Custo Variável}}$	ou	$\textbf{Mark-up} = \frac{1}{1 - \text{Soma Taxas Porcentuais}}$
$\textbf{Mark-up Divisor} = \frac{\text{Custo Variável}}{\text{Preço de Venda}}$	ou	$\textbf{Mark-up} = 1 - \text{Soma Taxas Porcentuais}$

Fonte: Bruni e Famá (2004, p. 342)

Para calcular o preço de venda com *Mark-up* multiplicador, basta multiplicar o custo unitário do produto pelo *Mark-up* multiplicador, já para calcular o preço de venda com *Mark-up* divisor, basta dividir o custo unitário do produto pelo *Mark-up* divisor, sendo que o resultado será o mesmo, o que muda é a maneira de se calcular. (WERNKE, 2005)

A respeito da formação do preço de venda com base na concorrência Wernke (2011, p.47) afirma que:

[...] a determinação do preço de venda é cada vez mais influenciada pelo acirramento da concorrência de mercado e menos por fatores internos. De nada adianta, por exemplo, o gerente de uma loja fixar o valor de \$ 150,00 para o preço de venda à vista de uma mercadoria se a concorrência oferta o mesmo produto por \$ 145,00 e concede prazo de 30/60/90 dias para pagamento [...].

De acordo com Wernke (2011), caso a rentabilidade apurada pela análise seja inferior ao do preço da concorrência, cabe verificar a possibilidade de iniciativas para agregar algo que diferencie a mercadoria dos concorrentes, podendo cobrar preços maiores, aumentar volume de vendas, reduzir gastos, entre outros.

2.6 ANÁLISE DE CUSTO, VOLUME E LUCRO

A análise de Custo/Volume/Lucro, permite analisar as variações que ocorrem quanto ao custo e volume produzido e seu lucro.

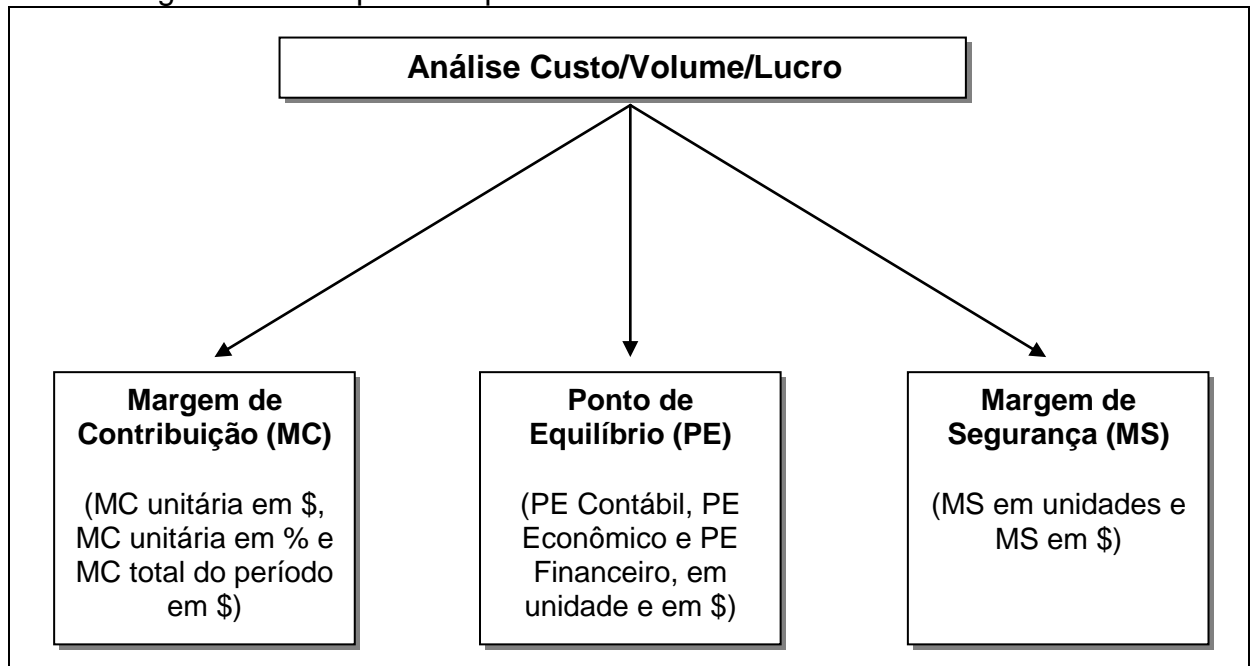
De acordo com Dubois, Kulpa e Souza (2006, p.173) "a análise custo-volume-lucro é um instrumento de planejamento que permite estudar e analisar a relação entre receitas totais, custos e despesas".

Para Wernke (2005, p.98) a análise CVL:

é um modelo que possibilita prever o impacto, no lucro do período ou no resultado projetado, de alterações ocorridas (ou previstas) no volume vendido (quanto ao número de unidades), nos preços de venda vigentes (como descontos ou majorações) e nos valores de custos e despesas (quer sejam fixos, quer variáveis).

A figura 4 apresenta os componentes da análise do custo, volume e lucro.

Figura 4 - Principais componentes da Análise Custo/Volume/Lucro



Fonte: Wernke (2005, p.97).

Cada componente da análise CVL é de extrema importância no processo decisório para os gestores, impactando diretamente ao resultado final.

Segundo Wernke (2005) esta análise proporciona respostas relacionadas ao lucro, como o que acontece se aumentar ou diminuir os custos fixos e variáveis, as vendas e o preço de venda.

2.6.1 Margem de Contribuição (MC)

Margem de contribuição é o valor resultante após serem deduzidos do preço de venda, os custos e as despesas variáveis (como matéria-prima, comissões dos vendedores) ligado ao produto (WERNKE, 2005).

A margem de contribuição demonstra a rentabilidade do produto, de forma unitária, total e percentual.

Através do cálculo unitário é possível analisar individualmente quais produtos trazem maior rentabilidade, assim como os mais deficitários, identificando os que precisam ter a sua produção incentivada, ou não. Essa ferramenta é muito utilizada para fins gerenciais, auxiliando os administradores no momento das decisões (OLIVEIRA E PEREZ JR, 2005).

Para obter a margem de contribuição, tem-se o seguinte cálculo, conforme Crepaldi (1998, p. 122):

$$MC = PV - (CV + DV)$$

Onde:

MC = Margem de contribuição

PV = Preço de venda

CV = Custos variáveis

DV = Despesas variáveis

Diminuindo os gastos variáveis do preço de venda, chegamos a margem de contribuição, que serve para cobrir os gastos fixos e o lucro pretendido.

Com relação ao auxílio à tomada de decisões, Crepaldi (2004) afirma que a margem de contribuição ajuda o gerente a decidir se deve diminuir ou expandir uma linha de produção, se deve investir em propagandas determinado produto e se deve diminuir ou aumentar o preço daquele produto ou serviço.

Conforme Wernke (2004), a margem de contribuição traz várias vantagens para a empresa, sendo útil na tomada de decisão a curto prazo, fornecendo aos gestores dados, auxiliando para qual produto merece mais esforços de venda e se um segmento produtivo deve continuar a funcionar ou não.

- a) Permitem avaliar a viabilidade de aceitação de pedidos em condições especiais. Por exemplo: quando existir limite de matéria-prima ou de horas de trabalho disponíveis menores do que as necessárias para fabricar todos os pedidos em carteira, ou quando os pedidos são efetuados com preços e quantidades diferentes dos praticados normalmente;
- b) Auxiliam a administração a decidir que produtos devem merecer maior prioridade de divulgação (propagandas, brindes promocionais etc.), ou melhor, exposição gôndolas ou prateleiras (no caso das empresas varejistas);
- c) Identificam quais produtos geram resultado negativo, mais que devem ser tolerados pelos benefícios de vendas que possam trazer a outros produtos;
- d) Facilitam a decisão a respeito de quais seguimentos produtivos devem ser ampliados, restringidos ou até abandonados, pois quanto maior a

margem de contribuição total proporcionada, mais interessante se torna o produto pela sua capacidade de geração de caixa. (WERNKE, 2005 p. 102).

Além disso, o cálculo da margem de contribuição é utilizado para a determinação de seu ponto de equilíbrio e, posteriormente, a margem de segurança.

2.6.2 Ponto de Equilíbrio (PE)

O Ponto de Equilíbrio permite a empresa obter informações sobre o quanto necessita vender para que tenha um equilíbrio entre seus custos e receitas, para que não haja nem lucro e nem prejuízo.

Segundo Crepaldi (2004, p.232), “a empresa está no ponto de equilíbrio quando ela não tem lucro ou prejuízo; nesse ponto, as receitas totais são iguais aos custos totais ou despesas totais”.

Há três tipos de ponto de equilíbrio, conforme relata o autor Crepaldi (2004): Contábil, que consiste no ponto de equilíbrio onde o lucro é igual à zero; Financeiro, que é caracterizado pela quantidade necessária a ser vendida para que a organização possa cobrir seus gastos operacionais e não operacionais, não levando em conta a depreciação e Econômico, onde o ponto de equilíbrio visa estabelecer a quantidade de vendas que deve ser realizada para garantir todos os custos, despesas fixas e custos de oportunidade relacionados com capital próprio, deixando de lado os aspectos financeiros e não operacionais.

Porém, será abordado conceitualmente o ponto de equilíbrio contábil (PEC), pois o mesmo será usado no estudo de caso.

2.6.2.1 Ponto de equilíbrio contábil (PEC)

O PEC determina a quantidade mínima a ser produzida e vendida para a empresa não ter lucro nem prejuízo. Segundo Bornia (2010, p. 63) “no ponto de equilíbrio contábil, são levados em conta todos os custos e despesas contábeis relacionados com o funcionamento da empresa”.

Segundo Wernke (2005) as fórmulas do PEC são utilizadas para saber o quanto a empresa deve vender em unidades de produtos e valores para ter o resultado igual à zero. Podemos calcular o ponto de equilíbrio contábil de duas maneiras, como mostra as fórmulas:

Figura 5 - Fórmula ponto de equilíbrio contábil

PEC und =	$\frac{\text{Custos e Despesas Fixos \$}}{\text{Margem de Contribuição Unitária \$}}$
PEC Valor =	$\frac{\text{Custos e Despesas Fixos \$}}{\text{Percentual da Margem de Contribuição (\%)}}$

Fonte: Wernke (2005, p. 121)

De acordo com Wernke (2005), o ponto de equilíbrio contábil em quantidade é caracterizado pela Despesa Fixas e Custos Fixos, sendo dividido pela margem de contribuição em valor, mostrando a quantidade de mercadoria que deve ser vendida para que o resultado seja nulo, já a fórmula do PEC em valor, demonstra que despesa fixa mais custos fixos dividindo pela margem de contribuição em percentual, permite calcular o valor mínimo de vendas, que deve conseguir para que não tenha lucro e nem prejuízo.

As vantagens que o ponto de equilíbrio proporciona estão relacionadas com as informações necessárias para tomada de decisões quanto à alteração, definição de produtos, quantas unidades precisam ser vendidas para obter determinado lucro, o que acontece com o lucro se a venda aumentar ou diminuir (WERNKE, 2005).

2.6.3 Margem de Segurança (MS)

A margem de segurança significa o quanto uma empresa pode ter suas vendas diminuídas sem obter um resultado negativo. Para Wernke (2005, p. 135), “o conceito de margem de segurança representa o volume de vendas que supera as vendas calculadas no ponto de equilíbrio”.

De acordo com Bornia (2010, p. 64):

a margem de segurança é o excedente da receita da empresa sobre a receita no ponto de equilíbrio. Consequentemente, representa o quanto às vendas podem cair sem que haja prejuízo para a empresa. Ela pode ser expressa quantitativamente, em unidades físicas ou monetárias, ou sob a forma de índice (percentual).

Para melhor compreender, o Quadro 1 apresenta as fórmulas para cálculo da margem de segurança nas três modalidades.

Figura 6 - Representação das fórmulas para cálculo da MS.

- a) MS em Valor \$ = Vendas totais realizadas ou projetadas (\$) *menos* Vendas totais no Ponto de Equilíbrio (\$);
- b) MS em unidades = Vendas totais realizadas ou projetadas em unidades *menos* Vendas totais em unidades no Ponto de Equilíbrio;
- c) MS em percentual (%) = Margem de Segurança (\$) dividido por Vendas totais (\$).

Fonte: Wernke (2005, p.135).

Santos (2005, p. 57) ressalta que “quanto maior for a margem de segurança operacional maiores serão as possibilidades de negociação de preços envolvendo as relações de custo, volume e lucro, principalmente quando a empresa participa de um mercado altamente competitivo.”

Dessa forma, é possível perceber o quão é importante esta ferramenta para a gestão da empresa, pois determina a folga no nível de vendas da empresa, podendo ocorrer diminuição no volume de vendas sem que a mesma entre em prejuízo.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo, inicialmente, descreve-se o enquadramento metodológico do estudo. Em seguida, apresentam-se os procedimentos utilizados para a coleta e análise dos dados.

3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

A análise da pesquisa ocorrerá de forma qualitativa, pois descreverá os problemas e serão analisadas as variáveis. De acordo com Oliveira (1999, p. 116),

Justifica-se o fato de o tratamento qualitativo de um problema, que pode ser uma opção do pesquisador, apresentar-se de uma forma adequada para poder entender a relação de causa e efeito do fenômeno e consequentemente chegar à sua verdade e razão.

O tipo da pesquisa de acordo com os objetivos nesse trabalho será descritiva, visto que objetiva descrever a metodologia dos custos e da formação do preço de venda. De acordo com Cervo e Bervian (1996, p. 49), “A pesquisa descritiva observa, registra, analisa, e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los”.

Em relação aos procedimentos utilizados para a construção deste estudo, deu-se pela pesquisa bibliográfica onde aborda a contabilidade de custos em material já elaborados como livros e artigos.

Este trabalho caracteriza-se como um estudo de caso, onde será realizado na residência na qual se fabricam produtos artesanais. “O estudo de caso permite uma análise profunda de um ou mais objetos, a fim de se compreender fenômenos sociais significativos, permitindo o seu amplo e detalhado conhecimento.” (YIN, 2005, p.20).

3.2 PROCEDIMENTOS PARA COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Neste trabalho foi realizado um estudo de caso em uma empresa de artesanatos localizado em Turvo/SC. Para que os objetivos proposto pelo trabalho fossem alcançados, foram elaboradas algumas planilhas para análise dos gastos, custos de cada produto com notas fiscais de matéria-prima comprada pela empresa,

já que se trata de uma empresa informal e não possuía nenhum tipo de acompanhamento dos gastos e custos que eram gerados pela mesma.

A partir dos resultados obtidos com essa pesquisa, foi possível desenvolver qual o valor de custo do produto, formar um preço de venda com base no *Mark-up* comparando ao preço de venda praticado pela empresa com base na concorrência, e assim poder identificar qual a lucratividade, ponto de equilíbrio nas vendas e margem de contribuição da empresa.

4 ESTUDO DE CASO

Neste capítulo apresenta-se a empresa objeto de estudo, sendo os dados aqui apresentados coletados na organização. Será apresentado um breve histórico da empresa, e alguns dos seus produtos comercializados. Posteriormente serão levantadas as etapas de aplicação do método de custeio variável.

Por ultimo, expõe-se a margem de contribuição, o ponto de equilíbrio e a margem de segurança, além de formar o preço de venda de acordo com a técnica de *Mark-up*. Os dados aqui apresentados referem-se aos períodos de Janeiro à Março de 2016.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

O empreendimento não formalizado está localizado na cidade de Turvo/SC, que produz e comercializa toalhas de louça, passadeiras e toalhas de mesa, toalhinhas de boca, jogo de banho, tapetes, entre outros, todos pintados à mão.

Em 2001, a empreendedora com idade de 14 anos, resolveu fazer um curso de pintura junto com sua amiga, apenas por lazer. Acabou tendo gosto pela pintura e começou a fazer alguns panos de prato pintados para vender para parentes e amigos. Com o passar dos anos foi adquirindo mais experiência e buscando fazer novos produtos. Apesar de ser um ramo que não se ganha muito, a empreendedora ama fazer “arte”, já trabalhou como empregada em outras empresas, como costureira, operadora de máquina bordadeira e professora de informática, nunca deixando seus trabalhos de pinturas para traz, porém resolveu ficar só com a pintura há aproximadamente três anos atrás.

Atualmente, a empreendedora trabalha somente com artesanato, sendo que estes são feitos em sua própria casa.

A empresa não possui funcionário, e os produtos fabricados são vendidos a familiares, amigos, conhecidos e, por meio de exposição em redes sociais se atinge também a um público conhecido.

A empresa não possui qualquer tipo de tributação, pois o empreendimento não é formalizado, portanto não possui CNPJ ou Razão social,

porém a empreendedora está em busca de informações para a tomada de decisão de se tornar Microempreendedor Individual.

4.2 PRODUTOS

Nesta atividade são desenvolvidas e comercializadas toalhas de louça, passadeiras e toalhas de mesa, toalhinhos de boca, jogo de banho, tapetes, entre outros, todos pintados à mão.

Além desses “mix” de produtos, também são feitos produtos sob encomenda conforme pedido do cliente, como toalha de mesa em outro tamanho que não seja o tradicional, cortinas em geral, kits de cozinha com toalhas para pôr em cima do microondas, capão para botijão de gás, puxa-saco, entre outros. Dentre os mais vendidos estão:

Quadro 1 : Produtos produzidos no empreendimento

Participação Vendas (Trimestre)		
Produto	Qtd	%
Jogo de tapete de cozinha	60	41%
Toalha de louça com barrado Cortado	22	15%
Toalha de boca infantil	17	12%
Toalha de tapar mistura	15	10%
Trilho de mesa 0,48x1,50mt	13	9%
Toalha de mesa 2,20x1,50mt	8	6%
Jogo banho 2 pçs	4	3%
Toalha de louça com barrado de tecido	4	3%
Trilho de mesa 1x1mt	2	1%
	145	100%

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Dentre os produtos citados no quadro 1, destacamos três produtos do empreendimento que obtiveram uma maior participação nas vendas: jogo de tapete com 41%, toalha de louça com 15% e toalha de boca com 12%, que serão melhor analisados nas próximas etapas.

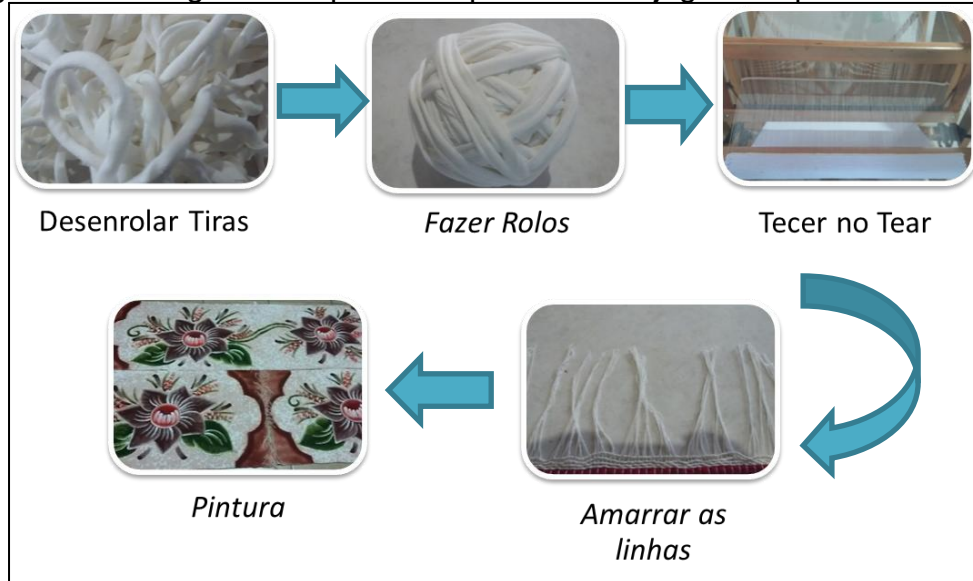
4.3 DESCRIÇÃO PROCESSO PRODUTIVO E FICHA TÉCNICA

O processo de produção é totalmente artesanal, sendo feito em sua própria residência, sem auxílio de funcionários.

4.3.1 Processo de produção e ficha técnica do jogo de tapete de cozinha

A seguir representa-se por meio da Figura 7 o fluxograma do processo produtivo do jogo de tapete de cozinha:

Figura 7 - Fluxograma do processo produtivo do jogo de tapete de cozinha



Fonte: Elaborado pela autora (2016)


Para a produção do jogo de tapete de cozinha (1 tapete de 2mt e 2 tapetes de 1 mt cada), primeiramente desenrola-se as tiras de malha que é comprada em sacos geralmente com três cores em cada saco, depois são feitos rolos em tamanhos iguais aos de novelos de linha, após este procedimento os rolos são levados ao tear para tecer, começando a dar forma aos tapetes. Em seguida são tirados os tapetes do tear, e amarra-se as linhas que ficam no final de cada tapete, para que as tiras não se soltem, depois são cortadas estas linhas em tamanhos iguais.

Depois, os tapetes são levados em uma mesa grande para serem pintados com um molde vazado, deixamos secar por cerca de 6h à 1 dia, e por fim os produtos são entregues ao cliente.

Em seguida, na figura 8, é apresentada a ficha técnica do jogo de tapete de cozinha para entender melhor seu processo produtivo e os custos de produção de cada etapa.

Figura 8 - Ficha técnica jogo tapete de cozinha

Ficha Técnica	
Produto	Jogo tapete de cozinha
Descrição	Um Tapete de 2mt e dois tapetes de 1mt cada



Materiais				
Descrição	Quantidade	Valor total	Quant. Unitário	Valor Unitário
Tecido Malha em tiras em kg	1,0	2,80	4,00	11,20
Linha 176 fio em kg	1,0	19,80	0,10	1,98
Tinta tecido	250,0	8,00	400,00	12,80
Brilho em Gr	100,0	9,00	1,00	0,09
				26,07

Atividades		
Descrição	Horas Trabalhadas	Custo de Produção em R\$
Desenrolar tira e fazer rolos	2:00:00	9,09
Tecer	3:00:00	13,64
Amarrar as linhas	0:45:00	3,41
Pintura	0:45:00	3,41
6:30:00		29,55

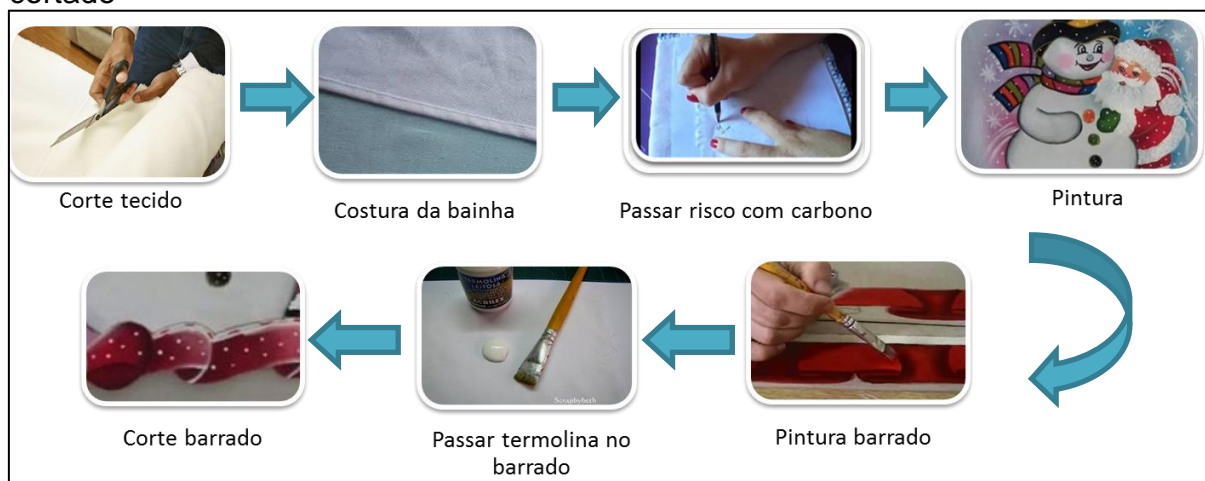
Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Na ficha técnica estão descritos os materiais diretos que são necessários para a produção de um jogo de tapete, com o valor total do custo da matéria utilizada para uma peça.

4.3.2 Processo de produção e ficha técnica da toalha de louça com barrado cortado

A seguir descreve-se por meio da Figura 9 o fluxograma do processo produtivo de toalha de louça com barrado cortado:

Figura 9 - Fluxograma do processo produtivo da toalha de louça com barrado cortado



Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Para a produção de toalha de louça com barrado cortado, deve primeiramente cortar a toalha com 50 cm cada, sendo que o tecido é comprado em metros e a altura deste tecido é de 70 cm, que depois de cortado é levado para a máquina de costura e feita uma bainha pequena nos três lados do tecido, já que o lado de baixo será pintado e cortado.

Com um papel carbono é passado o risco do desenho desejado na toalha e, após este processo, começa-se a pintar o desenho que tem aproximadamente 30x30cm e logo embaixo deste desenho, na parte que não foi costurada, é pintada a barra com aproximadamente 5x50cm.

Depois da pintura seca, é passado termolina leitosa no barrado da toalha, para que ela não desfie, se espera cerca de 4h para agir o produto e depois é cortado o barrado e por fim entrega-se ao cliente.

Em seguida, na figura 10, tem-se a ficha técnica da toalha de louça com barrado cortado para entender melhor seu processo produtivo e os custos de produção de cada etapa.

Figura 10 - Ficha técnica toalha de louça com barrado cortado

Ficha Técnica	
Produto	Toalha de louça com barrado cortado
Tamanho	70x50cm



Materiais				
Descrição	Quantidade	Valor total	Quant. Unitário	Valor Unitário
Tecido saca	40,0	154,44	0,50	1,93
Retros Linha Branca	91,4	1,40	3,00	0,05
Tinta tecido em ml	250,0	8,00	50,40	1,61
Termolina leitosa em ml	100,0	3,45	9,00	0,31
				3,90

Atividades		
Descrição	Horas Trabalhadas	Custo de Produção em R\$
Corte tecido saca com 50 cm	0:03:00	0,23
Bainha	0:12:00	0,91
Passar risco com carbono	0:02:00	0,15
Pintura 30x30cm	1:30:00	6,82
Pintura barrado 5x48cm	0:15:00	1,14
Passar termolina barrado	0:05:00	0,38
Corte barrado	0:07:00	0,53
	2:14:00	10,15

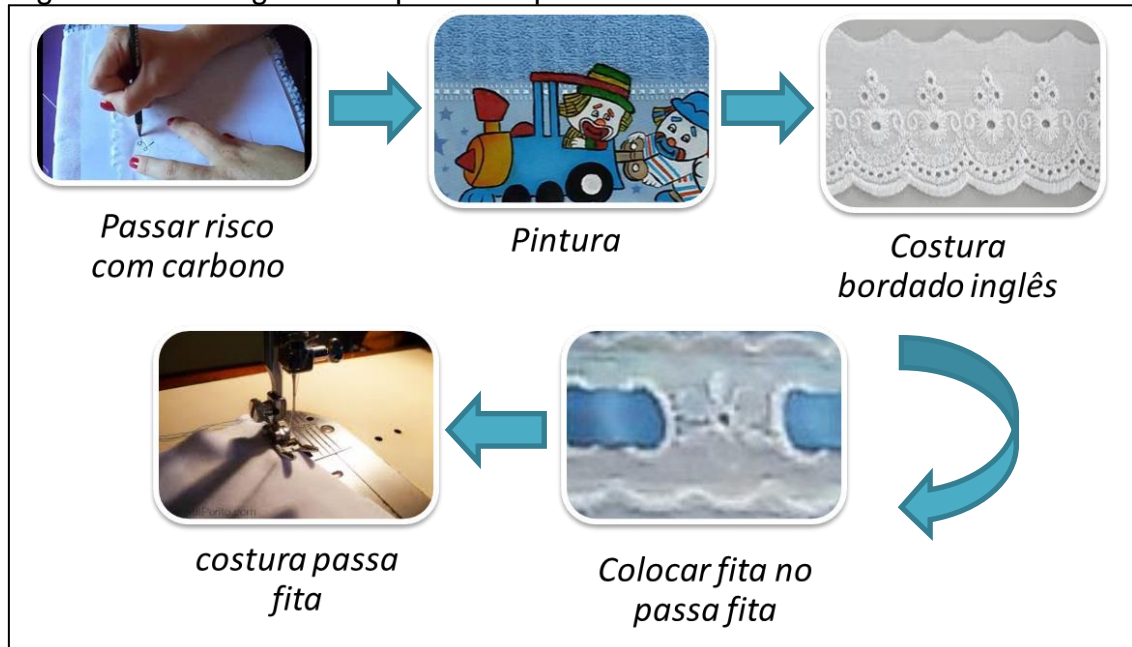
Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Na ficha técnica estão descritos os materiais diretos que são necessários para a produção da toalha de louça, com o valor total do custo da matéria utilizada para uma peça.

4.3.3 Processo de produção e ficha técnica da toalha de boca infantil

A seguir, por meio da Figura 11 se demonstra o fluxograma do processo produtivo de toalha de boca infantil:

Figura 11 - Fluxograma do processo produtivo da toalha de boca infantil



Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Para a produção de toalha de boca infantil, primeiramente, com um papel carbono é passado o risco do desenho desejado na toalha, sendo que a toalha já vem praticamente pronta do fornecedor, ou seja, costurada, faltando apenas a pintura e a barra.

Após riscar a toalha, se faz a pintura do desenho, que depois de pronto fica secando por aproximadamente 4h.

Por fim, leva-se a toalha à máquina para costurar o bordado inglês, depois coloca-se a fita dentro do passa fita com uma joaninha, em seguida costura-se o passa fita na parte superior do bordado inglês, e, por fim entrega-se ao cliente.

Em seguida, na figura 12, é demonstrado a ficha técnica da toalha de boca infantil para entender melhor seu processo produtivo e os custos de produção de uma unidade em cada etapa.

Figura 12 - Ficha técnica toalha de boca infantil

Ficha Técnica	
Produto	Toalha de boca infantil
Tamanho	30x50cm



Materiais				
Descrição	Quantidade	Valor total	Quant. Unitário	Valor Unitário
Toalha de Boca 30x50cm				3,90
Retros Linha Branca	91,4	1,40	1,00	0,02
Tinta tecido	250,0	8,00	20,10	0,64
Bordado inglês em Mt	13,7	19,90	0,35	0,51
Passa fita em Mt	13,7	14,90	0,35	0,38
Fita n1 em Mt	10,0	3,50	0,35	0,12
				5,57

Atividades		
Descrição	Horas Trabalhadas	Custo de Produção em R\$
Passar risco com carbono	0:02:00	0,15
Pintura	1:00:00	4,55
Costura bordado inglês	0:02:00	0,15
Colocar fita no passa fita	0:01:00	0,08
costura passa fita	0:03:00	0,23
	1:08:00	5,15

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Na ficha técnica estão descritos os materiais diretos que são necessários para a produção da toalha de boca, com o valor total do custo da matéria utilizada para uma peça.

4.3.4 Atividades

O quadro de atividades nas fichas técnicas de cada produto foi calculado com base nas horas trabalhadas para cada atividade e seu custo de produção, multiplicando as horas trabalhadas pelo valor da hora, onde o valor da hora foi calculado com base em um salário mensal de R\$1.000,00 dividido por 220h, assim encontra-se o valor de R\$4,55 por hora.

4.4 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

A seguir serão apresentadas as informações que se relacionam ao estudo de caso e apresentada a análise dos dados dos meses de janeiro, fevereiro e março de 2016.

4.4.1 Faturamento

Nos meses de janeiro, fevereiro e março de 2016 obtiveram-se as seguintes vendas:

Quadro 2 - Faturamento do Trimestre

FATURAMENTO	JAN/2016			FEV/2016			MAR/2016			TOTAL TRIMESTRE
PRODUTO	Qtd	Preço	Faturamento	Qtd	Preço	Faturamento	Qtd	Preço	Faturamento	
Jogo de tapete de cozinha	14	80,00	1.120	22	80,00	1760	23	80,00	1.840,00	4.720,00
Toalha de louça com barrado Cortado	10	17,00	170	7	17,00	119	3	17,00	51,00	340,00
Toalha de boca infantil		15,00			15,00		17	15,00	255,00	255,00
Toalha de tapar mistura	8	35,00	280	4	35,00	140	2	35,00	70,00	490,00
Trilho de mesa 0,48x1,50mt	7	45,00	315	4	45,00	180	2	45,00	90,00	585,00
Toalha de mesa 2,20x1,50mt	4	130,00	520	3	130,00	390	1	130,00	130,00	1.040,00
Jogo banho 2 pçs		60,00			60,00		4	60,00	240,00	240,00
Toalha de louça com barrado de tecido		20,00			20,00		4	20,00	80,00	80,00
Trilho de mesa 1x1mt	2	50,00	100		50,00		1	50,00	50,00	150,00
	45		2.505	40		2.589,00	57		2.806,00	7.900,00

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

O quadro 2 aponta o faturamento do trimestre. Em cada mês são demonstradas as quantidades de cada produto vendido naquele mês, o preço de venda de cada produto praticado com base na concorrência e o faturamento de cada produto, multiplicando a quantidade pelo preço de venda. Também foram calculados a soma de quantidade e faturamento total do mês, bem como o total do trimestre, somando os meses de janeiro a março.

Pode-se observar que o faturamento foi aumentando ao longo do trimestre, e que houve acréscimo de vendas em alguns produtos, como é o caso do jogo de tapete, toalha de boca infantil, jogo de banho, toalha com barrado de tecido. Alguns produtos que venderam mais em janeiro, tiveram uma queda em março como a toalha barrado cortado, toalha de tapar mistura, passadeiras e toalha de mesa.

4.4.2 Custos variáveis

Custos são os gastos necessários para a fabricação dos produtos a serem comercializados e os custos variáveis são aqueles que oscilam conforme a produção e podem ser identificados e alocados diretamente a cada produto. Na empresa em estudo os custos variáveis são as matérias-primas utilizadas na elaboração dos produtos.

Quadro 3 - Custos Variáveis do Trimestre

CUSTOS VARIÁVEIS	JAN/2016			FEV/2016			MAR/2016			TOTAL TRIMESTRE
PRODUTO	Qtd	Custos Unit.	Total	Qtd	Custos Unit.	Total	Qtd	Custos Unit.	Total	
Jogo de tapete de cozinha	14	26,07	365	22	26,07	573,54	23	26,07	599,61	1.538,13
Toalha de louça com barrado Cortado	10	3,90	39	7	3,90	27,30	3	3,90	11,70	78,00
Toalha de boca infantil		5,57	-		5,57	-	17	5,57	94,69	94,69
Toalha de tapar mistura	8	9,59	77	4	9,59	38,35	2	9,59	19,18	134,23
Trilho de mesa 0,48x1,50mt	7	11,53	81	4	11,53	46,12	2	11,53	23,06	149,89
Toalha de mesa 2,20x1,50mt	4	40,82	163	3	40,82	122,45	1	40,82	40,82	326,53
Jogo banho 2 pçs		29,74	-		29,74	-	4	29,74	118,97	118,97
Toalha de louça com barrado de tecido		5,33	-		5,33	-	4	5,33	21,30	21,30
Trilho de mesa 1x1mt	2	13,76	28		13,76	-	1	13,76	13,76	41,28
	45		752	40		807,76	57		943,09	2.503,02

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Como se pode observar no quadro 3, foram calculados os custos de janeiro, fevereiro e março de 2016, multiplicando a quantidade vendida pelo custo unitário de cada produto, sendo que estes custos são compostos pela matéria prima direta que já foram mencionados na ficha técnica.

4.4.3 Custos fixos e indiretos

Os custos indiretos são aqueles custos que não são facilmente identificados no produto. Já os custos fixos são aqueles custos que não se modificam conforme oscilação da produção.

O quadro 4 apresenta os custos fixos e indiretos dos produtos nos meses de janeiro, fevereiro e março de 2016.

Quadro 4 - Custos fixos/indiretos do Trimestre

Custos Fixos/Indiretos	jan/16	fev/16	mar/16	Total Trimestre
Energia	7,37	7,39	7,43	22,19
Água	5,00	5,00	5,00	15,00
Manutenção Maquina	10,00	10,00	10,00	30,00
Depreciação	6,17	6,17	6,17	18,50
Material de Limpeza	20,00	20,00	20,00	60,00
Materiais de pintura	25,50	25,50	25,50	76,49
Salários Pró Labore	1.000,00	1.000,00	1.000,00	3.000,00
	1.074,03	1.074,05	1.074,10	3.222,18

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

No quadro 4 está inserido a energia com ventilador, lâmpada e máquina de costura que foram necessários para produzir os produtos, também está inserido a depreciação da máquina de costura com base na vida útil estimada de 10 anos, e os materiais de pintura, onde estão incluídos os pincéis, estêncil, carbono, brilho,

tesoura, diluente e cola, que fazem parte do custo do produto, porém não consegue-se mensurá-los, sendo assim soma-se os valores de cada produto dos materiais de pintura, perfazendo o total de R\$305,00, que dividido por 12, que é o tempo esperado da durabilidade dos auxiliares de pintura, resultando em R\$25,50 por mês.

4.4.4 Demonstrativo do resultado

A seguir, o quadro 5 apresent o demonstrativo de resultado, dos meses de janeiro, fevereiro e março de 2016, bem como o total do trimestre.

Quadro 5 – Demonstrativo do resultado

DR - MENSAL	JAN/2016	FEV/2016	MAR/2016	TOTAL TRIMESTRE
RECEITA BRUTA DE VENDAS	2.505	2.589	2.806	7.900
Jogo de tapete de cozinha	1.120	1.760	1.840	4.720
Toalha de louça com barrado Cortado	170	119	51	340
Toalha de boca infantil	-	-	255	255
Outros	1.215	710	660	2.585
(-) CUSTO VARIÁVEIS/DIRETO	752	808	943	2.503
Jogo de tapete de cozinha	365	574	600	1.538
Toalha de louça com barrado Cortado	39	27	12	78
Toalha de boca infantil	-	-	95	95
Outros	348	207	237	792
(-) DESPESAS VARIÁVEIS	-	-	-	-
Imposto s/ venda simples 6%	-	-	-	-
Comissão s/ venda 5%	-	-	-	-
(=) MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	1.753	1.781	1.863	5.397
Custos fixos/Indiretos	1.074	1.074	1.074	3.222
Despesas fixos/Indiretos	-	-	-	-
(=) LUCRO/PREJ. LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	679	707	789	2.175

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

No quadro 5 tem-se de receita bruta trimestral o valor de R\$ 7.900,00, diminuindo o valor de R\$ 2.503,00 de custo variáveis, onde estão alocados a matéria prima, tem-se uma margem de contribuição de R\$ 5.397,00. Da margem de contribuição foram diminuídos os custos fixos/indiretos de R\$ 3.222,00, tendo assim um lucro de R\$ 2.175,00 no trimestre.

4.5 INDICADORES

Neste item são apresentados e analisados os indicadores que contribuem para a tomada de decisões demonstrando as reais quantidades e valores necessários para obter melhores resultados.

4.5.1 Margem de contribuição

O cálculo da margem de contribuição é feito a partir da diferença dos custos e despesas variáveis em relação ao montante da receita. Neste período analisado, o resultado da margem de contribuição totalizou o valor de R\$5.396,98.

Tabela 1: Margem de contribuição total

	JAN/2016	FEV/2016	MAR/2016	TOTAL TRIMESTRE
RECEITA LÍQUIDA	2505,00	2589,00	2806,00	7900,00
(-) GASTOS VARIÁVEIS	752,18	807,76	943,09	2503,02
(=) MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	1752,82	1781,24	1862,91	5396,98
MC %	69,97%	68,80%	66,39%	68,32%

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Analisando a tabela 1, percebe-se que no decorrer dos meses a receita foi aumentado, porém os gastos variáveis tiveram um aumento em proporção maior que a receita, ocasionando redução da margem de contribuição em porcentagem ao longo dos meses. Isso ocorre em função de alguns produtos que possuem um gasto variável maior do que outros produtos em relação à receita, entretanto a queda não foi significativa e indica ser capaz de cobrir os gastos fixos e ainda gerar lucro para a atividade.

4.5.1.1 Margem de contribuição por grupo de produtos

Este tipo de margem permite encontrar quanto cada produto contribui para o pagamento das despesas fixas e também para verificar quanto cada produto esta gerando de lucro ou prejuízo.

Para o cálculo da margem de contribuição unitária e os demais indicadores, como o Ponto de Equilíbrio e a Margem de Segurança que serão explanados nos próximos tópicos, foi utilizado o mês de Março como base para os cálculos, pois este foi o último mês que foi realizado o levantamento de dados para a realização deste trabalho.

Na tabela 2 observa-se o cálculo da margem de contribuição unitária.

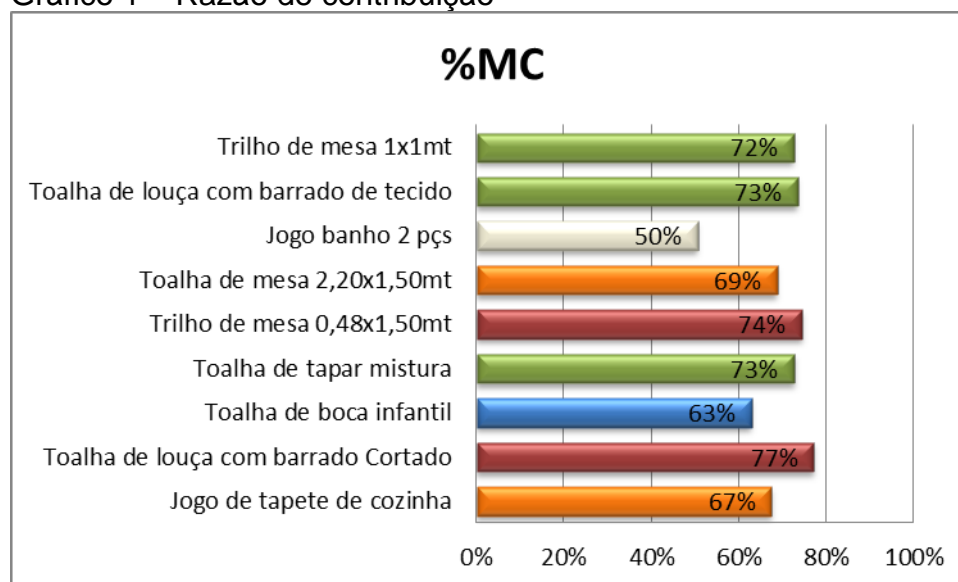
Tabela 2: Margem de contribuição por grupo de produtos

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO POR GRUPO DE PRODUTOS					
PRODUTO	PREÇO DE VENDA	CUSTOS VARIÁVEIS	DESPESAS VARIÁVEIS	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (R\$)	%MC
Jogo de tapete de cozinha	1840,00	599,61	-	1240,39	67%
Toalha de louça com barrado Cortado	51,00	11,70	-	39,30	77%
Toalha de boca infantil	255,00	94,69	-	160,31	63%
Toalha de tapar mistura	70,00	19,18	-	50,82	73%
Trilho de mesa 0,48x1,50mt	90,00	23,06	-	66,94	74%
Toalha de mesa 2,20x1,50mt	130,00	40,82	-	89,18	69%
Jogo banho 2 pçs	240,00	118,97	-	121,03	50%
Toalha de louça com barrado de tecido	80,00	21,30	-	58,70	73%
Trilho de mesa 1x1mt	50,00	13,76	-	36,24	72%
TOTAL	2806,00	943,09	0,00	1862,91	66,39%

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Na tabela 2 estão descritos os produtos da empresa, com sua respectiva venda no mês de março de 2016. Para se obter a margem de contribuição, foram diminuídos as despesas variáveis e os custos variáveis do preço de venda. Logo em seguida foi dividida a margem de contribuição encontrada pela receita da venda, tendo assim a margem de contribuição em porcentagem de cada produto.

Gráfico 1 – Razão de contribuição



Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Observando a margem de contribuição de cada produto, pode-se afirmar que os produtos que mais contribuem para pagar os gastos fixos/indiretos e gerar um lucro é a toalha de louça com barrado cortado com 77% e o trilho de mesa 0,48x1,50mt com 74%. Já o produto que menos contribui é o jogo de banho 2 peças com apenas 50% como mostra o gráfico 1.

4.5.2 Ponto de equilíbrio contábil

O ponto de equilíbrio se refere ao valor ou quantidade que a empresa necessita vender para que seu resultado seja igual à zero.

A determinação do ponto de equilíbrio em valor para vários produtos é obtida em duas etapas. Primeiro é necessário encontrar o ponto de equilíbrio em reais total dividindo os custos e despesas fixas do período pela margem de contribuição em percentual. A Tabela 3 demonstra a primeira etapa do cálculo no mês de março de 2016:

Tabela 3: Ponto de equilíbrio contábil total em reais

PEC Total (R\$)					
CUSTOS FIXOS (R\$)	DESPESAS FIXAS (R\$)	TOTAL	MC UNITÁRIA (%)	PEC (R\$)	
1074,10	-	R\$ 1.074,10	66%	R\$	1.617,85

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Depois de encontrado o ponto de equilíbrio total, encontra-se o percentual de receita de vendas dividindo a receita de cada produto pela total de receita. Para achar o PEC unitário basta multiplicar o PEC total pela porcentagem da receita de vendas. Em seguida multiplicamos o ponto de equilíbrio em reais pelo preço de venda, achando assim o PEC em quantidade, como mostra a tabela 4.

Tabela 4: Ponto de equilíbrio contábil unitário

PONTO DE EQUILÍBRIO CONTÁBIL UNITÁRIO					
PRODUTO	Receita de Vendas	% Receita de Vendas	PEC (R\$)	Preço de Venda	PEC (Qtd)
Jogo de tapete de cozinha	1840,00	66%	1.060,89	80,00	13
Toalha de louça com barrado Cortado	51,00	2%	29,40	17,00	2
Toalha de boca infantil	255,00	9%	147,02	15,00	10
Toalha de tapar mistura	70,00	2%	40,36	35,00	1
Trilho de mesa 0,48x1,50mt	90,00	3%	51,89	45,00	1
Toalha de mesa 2,20x1,50mt	130,00	5%	74,95	130,00	1
Jogo banho 2 pçs	240,00	9%	138,38	60,00	2
Toalha de louça com barrado de tecido	80,00	3%	46,13	20,00	2
Trilho de mesa 1x1mt	50,00	2%	28,83	50,00	1
	2806,00	100%	1.617,85		33

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Analisando a tabela 4 do PEC unitário, percebemos que para atingir um resultado nulo, a empresa precisa vender, dentro do seu mix de produtos, treze jogo de tapete com receita de 1.060,89, dez toalha de boca infantil com receita de

147,02, entre outros produtos demonstrados na tabela 4, totalizando uma quantidade de 33 produtos, com uma receita total de 1.617,85.

4.5.3 Margem de segurança

A margem de segurança nada mais é do que a quantidade ou valor vendido acima do ponto de equilíbrio.

A Tabela 5 apresenta o cálculo da margem de segurança em unidade por grupo de produtos no mês de março de 2016:

Tabela 5: Margem de segurança em quantidade

MARGEM DE SEGURANÇA (Qtd)			
PRODUTO	QTD VENDIDA	PE (Qtd)	MS (Qtd)
Jogo de tapete de cozinha	23	13	10
Toalha de louça com barrado Cortado	3	2	1
Toalha de boca infantil	17	10	7
Toalha de tapar mistura	2	1	1
Trilho de mesa 0,48x1,50mt	2	1	1
Toalha de mesa 2,20x1,50mt	1	1	0
Jogo banho 2 pçs	4	2	2
Toalha de louça com barrado de tecido	4	2	2
Trilho de mesa 1x1mt	1	1	0
TOTAL	57	33	24

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Observa-se que a empresa vendeu 24 produtos a mais que o ponto de equilíbrio, sendo dez jogos de cozinha, sete toalhas de boca infantil, entre outros, que contribuíram para que a empresa tivesse lucro.

Para calcular a margem de segurança em Reais de cada grupo de produto, basta subtrair do preço de vendas o ponto de equilíbrio em Reais. A Tabela 6 apresenta a margem de segurança em Reais:

Tabela 6: Margem de segurança em reais

MARGEM DE SEGURANÇA (R\$)			
PRODUTO	RECEITA DE VENDAS	PE (R\$)	MS (R\$)
Jogo de tapete de cozinha	1840,00	1060,89	779,11
Toalha de louça com barrado Cortado	51,00	29,40	21,60
Toalha de boca infantil	255,00	147,02	107,98
Toalha de tapar mistura	70,00	40,36	29,64
Trilho de mesa 0,48x1,50mt	90,00	51,89	38,11
Toalha de mesa 2,20x1,50mt	130,00	74,95	55,05
Jogo banho 2 pçs	240,00	138,38	101,62
Toalha de louça com barrado de tecido	80,00	46,13	33,87
Trilho de mesa 1x1mt	50,00	28,83	21,17
TOTAL	2806,00	1617,85	1188,15

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

A tabela 6 mostra que o jogo de cozinha teve uma receita de 779,11 a mais que o PEC. Uma margem de segurança de 107,98 na toalha de boca infantil, e 101,62 no jogo de banho 2 pçs, totalizando um total de margem de segurança no mês de março de 2016 o valor de 1.188,15, o que se caracteriza como lucro.

4.6 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Para a formação do preço de venda da empresa estudada foi utilizada a taxa de marcação *Mark-up*, que é um índice aplicado sobre o custo do produto para se chegar ao preço final de venda. Este índice deve cobrir os impostos, as despesas variáveis, a margem de lucro e os gastos fixos do produto fabricado.

Para a formação do preço de venda foi utilizada a fórmula do *Mark-up* divisor, tendo o seguinte cálculo:

$$\text{Cálculo do Mark-up} = 1 - (0,05 + 0,30) = 0,65$$

No cálculo do *Mark-up*, foi utilizada somente duas taxas, já que a empresa não paga impostos. Sendo 5% para cobrir gastos fixos/indiretos e 30% de lucro.

Na tabela 7 temos o novo preço do produto com o índice do *Mark-up* e as variações com o preço já praticado pela empresa:

Tabela 7: Formação do preço pelo método *Mark-up*

FORMAÇÃO DO PREÇO PELO MÉTODO MARK-UP					
Produto	Custos Direto	Mark-up	Preço com Mark-up	Preço praticado pela empresa	Varição
Jogo de tapete de cozinha	55,62	0,65	85,56	80,00	5,56
Toalha de louça com barrado Cortado	14,05	0,65	21,62	17,00	4,62
Toalha de boca infantil	10,72	0,65	16,49	15,00	1,49
Toalha de tapar mistura	26,48	0,65	40,74	35,00	5,74
Trilho de mesa 0,48x1,50mt	30,47	0,65	46,88	45,00	1,88
Toalha de mesa 2,20x1,50mt	83,62	0,65	128,64	130,00	(1,36)
Jogo banho 2 pçs	37,55	0,65	57,76	60,00	(2,24)
Toalha de louça com barrado de tecido	14,72	0,65	22,65	20,00	2,65
Trilho de mesa 1x1mt	31,56	0,65	48,56	50,00	(1,44)

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Para o cálculo do preço de venda foram divididos os custos direto que compõe a matéria-prima e a mão-de-obra, pelo Markup, tendo assim um preço de R\$ 40,74 para toalha de tapar mistura que era vendido a R\$ 35,00 pela empresa e R\$ 57,76 no jogo de banho de 2 pçs, que estava sendo vendido a R\$ 60,00 pela empresa.

4.7 ANÁLISE GERAL DOS RESULTADOS

A empresa produz e comercializa variados produtos, onde destaca-se o Jogo de tapete de cozinha, toalha de louça com barrado cortado e a toalha de boca infantil, que foram os mais vendidos no primeiro trimestre de 2016 com 41%, 15% e 12% respectivamente, porém não se deve apenas se basear nas vendas para o sucesso de uma empresa, pois as vezes determinado produto que é bem vendido não possui uma boa rentabilidade, ou rentabilidade nula, tirando assim esse produto do seu processo produtivo e outro produto que possui uma boa rentabilidade não foi bem vendido, podendo assim investir em propaganda para vender mais desse produto.

Através dos indicadores e da participação nas vendas, observa-se que a toalha de louça com barrado cortado e a toalha de tapar mistura possuem uma grande participação na vendas e uma boa rentabilidade, podendo aumentar ainda mais sua rentabilidade conforme visto no preço de venda através do *Mark-up*, sendo que a empresa não teria problema nenhum em aumentar esse preço, pois está abaixo da concorrência, porém deve-se observar se estes produtos não irão diminuir na venda depois deste aumento, pois pode ser esse o motivo desses produtos

serem bem vendidos, podendo deixá-los então no mesmo preço já que possuem uma boa rentabilidade.

A toalha de boca e o jogo de tapete possuem uma boa participação nas vendas, porém uma baixa rentabilidade. Observando a formação do preço de venda através do *Mark-up*, pode-se aumentar o preço dos dois produtos, porém o jogo de tapete já está acima do preço praticado pela concorrência, sendo que ele é bem vendido pela qualidade de produto, mas não cabendo assim aumentar mais seu preço, o que pode ser feito é aumentar o preço da toalha de boca e quanto ao jogo de tapete, de-se procurar diminuir seu custo, procurando novos fornecedores da matéria-prima, com preços mais atrativos.

O trilha de mesa tradicional e quadrado, e a toalha de louça com barrado de tecido possuem uma boa rentabilidade, porém não possuem uma boa venda. Para aumentar sua venda já que possuem uma boa rentabilidade, pode-se investir em algum tipo de propaganda através de rede social ou site de vendas, e procurar por alguns modelos de pinturas diferente para que possa atrair os clientes. Em relação ao preço, é bastante próximo ao da concorrência, e pelo *Mark-up* deveria aumentar os preços praticados, porém deixaria menos atrativo do que já está, o que remete a manutenção do preço no patamar em que se encontra.

Por último temos o jogo de banho e a toalha de mesa, que não possuem uma boa participação nas vendas e nem uma boa rentabilidade, sendo que deveria aumentar seus preços, como foi visto no *Marku-up*, porém tornaria menos atrativo ainda já que está o mesmo preço da concorrência. Esses produtos poderiam deixar de fazer parte do ciclo da empresa, porém estes não estão dando prejuízo ou lucro zero, e no atual cenário da empresa é melhor fazer estes produtos para ter mais opções de produtos ao cliente. O que pode ser feito é tentar reduzir o seu custo para pode pelo menos ter uma boa rentabilidade. Se não conseguir diminuir o seu custo, pode-se tirar estes produtos se a empresa começar a ter mais vendas dos outros produtos que possuem maior rentabilidade.

Essa análise foi feita com base nos dados do primeiro trimestre de 2016, sendo que a empresa trabalha com vários produtos, até com produtos feito por encomenda, podendo então em outros meses do ano, a empresa ter um maior número de vendas de outros produtos, sendo diferente a participação de vendas, não mudando a rentabilidade desses produtos. Sendo que a rentabilidade que foi

encontrada através dos indicadores, são de extrema importância para a empresa tomar as decisões corretas ao longo de sua jornada.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A contabilidade de custos é uma ferramenta muito importante para determinar os custos do produto, a que preço vendê-los e o volume necessário de vendas por mês para obter um bom resultado. Nesse contexto, o presente trabalho objetivou fazer um levantamento dos custos da produção no primeiro trimestre de 2016, pois a mesma não possui um controle de custos, bem como apurar o lucro, formar um novo preço de venda, apresentar e analisar os indicadores de uma empresa que fabrica e comercializa produtos artesanais, localizada no município de Turvo/SC.

Os objetivos deste trabalho foram atingidos, por meio de mapeamento do processo produtivo e identificado os custos de cada produto. Também foi calculado o preço de venda baseado nos custos de produção e estruturado as informações para à realização das análises.

Pelo mapeamento do processo produtivo, foi detalhado todo o processo de produção de cada produto, assim como as horas trabalhadas em cada processo, e os custos gerados por produto. Verificando assim os produtos que mais precisam de horas trabalhadas, que é o jogo de tapete, e a toalha de mesa, e os produtos que tem um maior custo para fabricá-los, que é a toalha de mesa e o jogo de banho.

Calculou-se também o preço de venda baseado nos custos de produção, observando assim, que o preço praticado não está nem muito acima e nem muito abaixo do preço encontrado. E foram realizados as análises através dos indicadores, com destaque para a toalha de louça com barrado cortado e a toalha de tapar mistura, que possuem uma ótima rentabilidade e participação nas vendas.

Foi possível também verificar a importância da margem de contribuição, ponto de equilíbrio e margem de segurança. Todos esses indicadores podem auxiliar na tomada de decisões, fornecendo informações para reduzir os gastos e aumentar as vendas no decorrer do tempo. Também se verifica a importância do *Mark-up*, a fim de formular um preço de venda que esteja incluso corretamente todos os custos e despesa, mas sem esquecer de ficar atento ao preço da concorrência.

Neste trabalho foram encontradas algumas dificuldades, já que a empresa não possui um acompanhamento de custos, nem qualquer tipo de levantamento de dados, pois a mesma não é registrada e não se preocupava com a

gestão de custos. Foi necessário, portanto, fazer um levantamento de todos os dados, os custos dos produtos, mensurar a quantidade e quais materiais utilizados cada produto e mensurar cada etapa da mão-de-obra trabalhada por produto.

A partir da análise dos dados do estudo a principal proposta da pesquisadora no tocante a contabilidade de custos é a utilização das ferramentas disponibilizadas pelo método de custeio variável para análise constante da empresa.

Por fim, como limitações deste trabalho, aponta-se que foi abordada somente o primeiro trimestre de 2016. Desta forma, deixa-se como sugestão que esta pesquisa seja estendida para os próximos períodos, com o intuito de se obter uma comparação dos resultados gerados no empreendimento em estudo, visto que a empresa possui variados produtos, tendo assim modificações em relação a participação nas vendas ao longo do tempo.

REFERÊNCIAS

BERTÓ, Dálvio J.; BEULKE, Rolando. **Gestão de custos**. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

BOMFIM, Eunir de Amorim; PASSARELLI, João. **Custos e formação de preços**. 4. ed São Paulo: Thomson, 2006.

BORNIA, Antonio Cezar. **Análise gerencial de custos: aplicação em empresas modernas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e excel**. 3.ed São Paulo: Atlas, 2004.

CERVO, Amado Luiz. BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 4 ed. São Paulo: Macron Books, 1996.

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Custos: ferramentas de gestão**. São Paulo: Atlas, 2000.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade gerencial: teoria e prática**. São Paulo: ed. Atlas, 1998.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso básico de contabilidade de custos**. 3.ed São Paulo: Atlas, 2004. 322 p.

DUBOIS, Alexys; KULPA, Luciana; SOUZA, Luís Eurico de. **Gestão de custos e formação de preços: conceitos, modelos e instrumentos**. São Paulo: Atlas, 2006.

DUTRA, René Gomes. **Custos: Uma Abordagem Prática**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed São Paulo: Atlas, 2002.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos**: planejamento, implantação e controle. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1994.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**: o uso da contabilidade de custos como instrumento gerencial de planejamento e controle. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MATTOS, Tarcísio (Ed.). **Feito a mãos**: o artesanato de Santa Catarina. Florianópolis: Tempo, 2010.

MEDEIROS, João de. **Guia profissional do artesanato**. Rio de Janeiro: Ed. Tecnoprint, 1984.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos**. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia**: projetos de pesquisa, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira, 1999.

PÁDUA, Elisabete Matallo Marchesini de. **Metodologia de pesquisa**: abordagem teórico-prática. 12. ed Campinas, SP: Papirus, 2006.

PEREZ JUNIOR, José Hernandez; OLIVEIRA, Luís Martins de; COSTA, Rogério Guedes. **Gestão estratégica de custos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ROBLES JÚNIOR, Antonio. . **Contabilidade de custos**: temas atuais. Curitiba: Juruá, 2008.

SANTOS, Joel José dos. **Análise de custos**: remodelado com ênfase para sistema de custeio marginal, relatórios e estudos de casos. 4. ed São Paulo: Atlas, 2005.

WERNKE, Rodney. **Análise de custo e preço de venda**: ênfase em aplicações de casos nacionais. São Paulo: Saraiva 2005.

WERNKE, Rodney. **Gestão de custos:** uma abordagem pratica. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

WERNKE, Rodney. **Gestão de custos:** uma abordagem pratica. São Paulo: Atlas, 2001.

WERNKE, Rodney. **Gestão de custos no comércio varejista.** Curitiba: Juruá, 2011.

YIN, Robert K.. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 3. ed Porto Alegre: Bookman, 2005.

APÊNDICE(S)

APÊNDICE A – Ficha Técnica

Ficha Técnica	
Produto	Jogo de banho 2 Pcs
Descrição	Uma toalha de banho e uma toalha de rosto tamanho padrão



Materiais				
Descrição	Quantidade	Valor total	Quant. Unitário	Valor Unitário
Toalha 2 pcs (banho e rosto)				24,90
Retros Linha Branca	91,4	1,40	4,00	0,06
Tinta tecido	250,0	8,00	32,00	1,02
Bordado inglês em Mt	13,7	19,90	1,30	1,89
Passa fita em Mt	13,7	14,90	1,30	1,41
Fita n1 em Mt	10,0	3,50	1,30	0,46
				29,74

Atividades		
Descrição	Horas Trabalhadas	Custo de Produção em R\$
Passar risco com carbono	0:03:00	0,23
Pintura	1:30:00	6,82
Costura bordado inglês	0:03:00	0,23
Colocar fita no passa fita	0:02:00	0,15
costura passa fita	0:05:00	0,38
	1:43:00	7,80

Ficha Técnica	
Produto	Toalha de mesa
Tamanho	220x150cm



Materiais				
Descrição	Quantidade	Valor total	Quant. Unitário	Valor Unitário
Tecido Tinto Rafia 1x3mt em M	3,0	23,90	3,30	26,29
Tinta tecido	250,0	8,00	310,32	9,93
Termolina leitosa	100,0	3,45	133,20	4,60
				40,82

Atividades		
Descrição	Horas Trabalhadas	Custo de Produção em R\$
Corte tecido Rafia	0:05:00	0,38
Passar risco com carbono	0:10:00	0,76
Pintura	8:30:00	38,64
Passar termolina	0:15:00	1,14
Corte em volta tecido	0:25:00	1,89
	9:25:00	42,80

Ficha Técnica	
Produto	Trilho de mesa tradicional
Tamanho	48x150cm



Materiais				
Descrição	Quantidade	Valor total	Quant. Unitário	Valor Unitário
Tecido Tinto Rafia 1x3mt em	3,0	23,90	0,72	5,74
Tinta tecido em ml	250,0	8,00	103,44	3,31
Termolina leitosa em ml	100,0	3,45	72,00	2,48
				11,53

Atividades		
Descrição	Horas Trabalhadas	Custo de Produção em R\$
Corte tecido Rafia	0:03:00	0,23
Passar risco com carbono	0:04:00	0,30
Pintura	3:45:00	17,05
Passar termolina	0:10:00	0,76
Corte em volta tecido	0:08:00	0,61
	4:10:00	18,94

Ficha Técnica	
Produto	Trilho de mesa quadrado
Tamanho	100x100cm



Materiais				
Descrição	Quantidade	Valor total	Quant. Unitário	Valor Unitário
Tecido Tinto Rafia 1x3mt em	3,0	23,90	1,00	7,97
Tinta tecido	250,0	8,00	103,44	3,31
Termolina leitosa	100,0	3,45	72,00	2,48
				13,76

Atividades		
Descrição	Horas Trabalhadas	Custo de Produção em R\$
Corte tecido Rafia	0:03:00	0,23
Passar risco com carbono	0:04:00	0,30
Pintura	3:30:00	15,91
Passar termolina	0:10:00	0,76
Corte em volta tecido	0:08:00	0,61
		3:55:00
		17,80

Ficha Técnica	
Produto	Toalha de Tapar Mistura com barrado cortado
Tamanho	70x100cm



Materiais				
Descrição	Quantidade	Valor total	Quant. Unitário	Valor Unitário
Tecido saca	40,0	154,44	1,00	3,86
Tinta tecido	250,0	8,00	113,20	3,62
Termolina leitosa	100,0	3,45	61,00	2,10
				9,59

Atividades		
Descrição	Horas Trabalhadas	Custo de Produção em R\$
Corte tecido saca com 1 mt	0:03:00	0,23
Passar risco com carbono	0:02:00	0,15
Pintura 30x30cm (duas)	2:30:00	11,36
Pintura barrado	0:45:00	3,41
Passar termolina barrado	0:10:00	0,76
Corte barrado	0:13:00	0,98
		3:43:00
		16,89

Ficha Técnica	
Produto	Toalha de louça com barrado de tecido
Tamanho	70x50cm



Materiais				
Descrição	Quantidade	Valor total	Quant. Unitário	Valor Unitário
Tecido saca	40,0	154,44	0,50	1,93
Retros Linha Branca	91,4	1,40	14,00	0,21
Tinta tecido	250,0	8,00	40,00	1,28
Tecido Barrado 0,55x1,40cm	0,77	10,94	0,08	1,17
Bordado com Passa fita em r	10,00	9,75	0,55	0,54
Fita n1 em Mt	10,00	3,50	0,55	0,19
				5,33

Atividades		
Descrição	Horas Trabalhadas	Custo de Produção em R\$
Corte tecido saca com 50 cm	0:03:00	0,23
Bainha	0:12:00	0,91
Passar risco com carbono	0:02:00	0,15
Pintura 30x30cm	1:30:00	6,82
Costura tecido barrado	0:10:00	0,76
Colocar fita no passa fita	0:02:00	0,15
costura passa fita	0:05:00	0,38
		2:04:00
		9,39